



Paris, le 25 novembre 2022,

AXA et Liverpool FC lancent le deuxième volet de leur campagne 'In Safe Hands', qui explique comment détecter au plus tôt un cancer grâce à l'autopalpation.

S'appuyant sur les mains d'un des joueurs les plus compétent dans le domaine, Alisson Becker, le Partenaire Officiel d'Entraînement du Liverpool FC a publié un tutoriel vidéo, traitant de l'autopalpation pour détecter ce que pourraient être les premiers symptômes du cancer des testicules.

AXA, le Partenaire Officiel d'Entraînement du Liverpool FC, lance en collaboration avec son agence Publicis Sport le deuxième épisode de sa campagne "In Safe Hands", diffusé sur les réseaux sociaux d'AXA et Liverpool FC. La première vidéo publiée en octobre, avait pour objectif de sensibiliser les spectateurs au dépistage du cancer du sein, au cours de ce mois mondialement dédié à cette cause. Ce contenu conçu avec les gardiens de but du Liverpool FC, Alisson Becker et Rylee Foster, mettait également en avant des ballons de football spécialement conçus afin de montrer au plus grand nombre les trois gestes simples de l'autopalpation.

Le deuxième épisode s'inscrit dans la même lignée, avec pour objectif de sensibiliser à la détection précoce du cancer des testicules en faisant intervenir le gardien de but de l'équipe masculine du Liverpool FC, Alisson Becker.

Le contenu met à l'honneur Ian, fan inconditionnel de Liverpool FC ayant survécu à un cancer des testicules. Il partage son histoire inspirante, démontrant à tous l'importance d'une pratique régulière de l'autopalpation. En effet, des recherches scientifiques ont montré que lorsqu'un cancer est détecté rapidement, le taux de survie atteint 99% dans les 5 ans suivant la prise en charge des patients.

Charly Krebs, Global Head of Sponsorship pour AXA : *"En tant qu'acteur clé du marché de l'assurance santé, nous savons à quel point l'autopalpation et la prévention sont cruciaux. Nous avons donc décidé de faire collaborer nos experts médicaux avec le Liverpool FC pour enseigner des techniques qui permettent de détecter un cancer le plus tôt possible. En utilisant le rayonnement du Liverpool Football Club et leur portée internationale, nous espérons que nos tutoriels d'autopalpation pourront faire une différence significative dans la vie des femmes et des hommes du monde entier."*

Alexandre Chabot, Directeur de la Création de Publicis Sport, de son côté nous apprend que : *"Avec In Safe Hands, nous avons souhaité rappeler à tout le monde que l'autopalpation ne nécessite qu'une paire de mains et une connaissance basique afin de savoir où et comment placer ses mains pour examiner ses testicules. C'est pourquoi nous avons réuni le savoir-faire des experts médicaux d'AXA et l'une des paires de mains les plus talentueuses du Liverpool FC, Alisson Becker, pour délivrer notre message."*



Pour regarder le tutoriel d'AXA 'In Safe Hands' avec Alisson Becker et Ian, dans du Liverpool FC, [veuillez cliquer ici](#).

Et si vous avez raté le premier épisode, vous pouvez retrouver [la vidéo de 'Pink October' ici](#).

About AXA

Le Groupe AXA est un leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, avec 160 000 collaborateurs au service de 108 millions de clients dans 57 pays.

<https://www.axa.com/en/about-us>

A PROPOS DE PUBLICIS SPORT

Créé en avril 2019, Publicis Sport est la nouvelle agence créative de Publicis Groupe en France dédiée à la communication dans le sport et à l'activation de marque. Dirigée par Pascal Crifo et Guillaume Cossou, l'agence accompagne plus de 15 annonceurs et détenteurs de droits dans leur stratégie d'activation de partenariats sportifs, parmi lesquels TotalEnergies, Paris 2024, eToro, Société Générale, VISA...

Forte de 40 talents, Publicis Sport poursuit son développement en s'inscrivant comme acteur de référence dans le domaine du sport et de l'entertainment, tout en plaçant la responsabilité environnementale et sociétale au cœur des stratégies de communication de ses clients.

CREDITS

BRAND : AXA Group

- **Global Brand Director:** Virginie Berçot
- **Global Head of Sponsorship:** Charly Krebs
- **Sponsorship Project Officer:** Maxence Pelé
- **Global Sponsorship Assistant:** Gaetan Ternes

BRAND : Liverpool FC

- **Senior Manager, Partnerships:** Alastair Henderson
- **Manager, Partnerships:** Louisa Buchanan

AXA PARTNERS:

- **Chief Medical Officer:** Magali Bozon

ADVERTISING AGENCY: Publicis Sport FR

- **Global Strategic Planner:** Antoine Collignon
- **Global Client Leader:** Guillaume Cossou
- **Executive Director:** Paul Chassis
- **Chief Creative Officer:** Alexander Chabot
- **Creative & Art Director:** Steven Millechamps
- **Copywriter:** Noé Delgado
- **Account Manager:** Clemence Bantegnies
- **Account Executive Assistant:** Aditya Chandra Kumar

ADVERTISING AGENCY: Publicis Sport & Entertainment UK

- **Business Director:** Charlie Walter
- **Senior Manager:** Ryan Boulton

PRODUCTION HOUSE: Prodigious

- **Director:** Eric Meng

- **Producer:** Augustin Gregoire
- **Line Producer:** Olivier Grosman
- **Production service:** 4Shoots

POST-PRODUCTION HOUSE: Prodigious

- **Post Producer:** Julien Berger, Julien Leroy
- **Editor:** Philippe Quere, Romain Bertrand, Mike Giacobazzo, Lionel Kpeteme, Pierre-Louis Planeix
- **Colourist (Directors Cut) and Agency cut:** Boubacar Konate
- **Post-Producer Audio:** Martin Herail, Agathe Rudler
- **Assistant :** Edgar Louet, Sarah Simon
- **Music Title :** Ever Since
- **Album Title :** The Morning sun
- **Library :** Montgomery Records
- **Composers :** Ashley Clark
- **Publishers :** Montgomery Records
- **Labels :** Montgomery Records

CONTACT PRESSE

Christelle Malochet – Responsable Communication – Tel 06.64.70.24.20 – christelle.malochet@publicismedia.com